

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari, 2010, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Alfabeta, Bandung.
- Anoraga, Panji, 2009, *Manajemen Bisnis*, Rineka Cipta, Semarang.
- Arikunto, Suharsimi, 2010, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Edisi IV, Rineka Cipta, Jakarta.
- Assauri, Sofjan, 2008, *Manajemen Produksi dan Operasi Edisi Revisi*, Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Daniel Teguh Santoso, Endang Purwanti, 2013, Pengaruh Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Pribadi, dan Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen dalam Memilih Produk Operator Seluler Indosat-M3 di Kecamatan Pringapus Kab. Semarang (2013), *Jurnal Among Makarti Vol.6 No.12, Desember 2013*.
- Desy Veterinawati, 2013, Pengaruh Faktor Sosial, Pribadi, dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Blackberry di Surabaya, *Jurnal Ilmu Manajemen Volume 1 Nomor 3 Mei 2013*.
- Engel, J.F., R.D, Blackwell., and P.W, Miniard, 2004, *Perilaku Konsumen*, Binarupa Aksara, Jakarta.
- Ghozali, Imam, 2011, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, Bina Pustaka, Semarang.
- Husein Umar, 2006, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Iqbal Hasan, 2006, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*, Bumi Aksara, Jakarta.
- J. Setiadi, Nugroho, 2010, *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan dan Keinginan Konsumen*, Edisi Revisi, Kencana Prenada Media Group, Jakarta.
- Kotler, Philip, 2009, *Manajemen Pemasaran, (Terjemahan) Jilid 9*. PT. Prehallindo, Jakarta.

- Kotler P, Bowen J.T, Makens J.C, 2010, *Marketing for Hospitality and Tourism*, Upper Saddle River, New Jersey, 07458, Pearson Education, Inc.
- Kotler, Philip., dan Gary Armstrong, dialihbahasakan oleh Alexander Sindoro, 2009, *Dasar-Dasar Pemasaran*, Edisi 12, Jilid 2, PT. Indeks Jakarta.
- Kotler, Philip., and Kevin Lane Keller, 2009, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 1, Jakarta.
- Ketut Indah Pratiwi, Kastawan Mandala, 2015, Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi, Psikologis, dan Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Kebaya Bordir pada Jegog Ayu *Boutique* di Kuta, *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 4, No. 11, 2015: 3619 – 3645.
- Lamb, Charles. W, Et al., 2007, *Pemasaran Buku I*, Edisi I, Salemba Empat, Jakarta.
- Millatina Urfana, Beby Karina Fawzee Sembiring, 2013, Analisis Pengaruh Faktor Kebudayaan, Sosial, Pribadi, dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Cepat Saji pada Konsumen Kentucky Fried Chicken (KFC) Walikota Medan, *Jurnal Media Informasi Manajemen*, Vol 1 No. 3, 2013.
- Rusman Irwansyah, Nuril Huda, Ahmad Rifani, 2014, Faktor Kebudayaan, Kelas Sosial, Sikap, Kepribadian dan Persepsi yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Kain Sasirangan di Kotamadya Banjarmasin, *Jurnal Wawasan Manajemen*, Vol. 2, Nomor 3, Oktober 2014.
- Schiffman, Leon G dan Kanuk, 2008, *Consumer Behavior*, Prentice Hall Internasional.
- Siringoringo, H., 2004, Peran Bauran Pemasaran terhadap Perilaku Pembelian Konsumen, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 3 (9) : 125-137.
- Santoso, Singgih, 2009, SPSS, *Statistik Parametrik*, Elexmedia Komputindo, Jakarta.
- Sugiyono, 2013, *Metode Penelitian Bisnis*, Cetakan Kesembilan, Alfabeta Bandung.
- Sumarwan, Ujang, 2006, *Perilaku Konsumen “Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran”*, Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Supriyono, 2015, Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Individu dan Psikologis Terhadap Keputusan Konsumen Membeli di Indomaret, *Jurnal Kelola* Vol. 2. No. 3. 2015.

Tjiptono, Fandy, 2008, *Strategi Pemasaran*, Edisi Pertama, Andi Offset, Yogyakarta.

_____, 2015, *Pedoman Penyusunan Skripsi*, Fakultas Ekonomi, Universitas Muria Kudus.

